



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
EXPERIENTAL MARKETING, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
KARTU SMARTFREN GSM DI KABUPATEN KUDUS**

Oleh :

HENI ASMAWATI

NIM. 2015-11-029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
EXPERIENTAL MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN KARTU SMARTFREN GSM DI
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh

HENI ASMAWATI

2015-11-029

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2019

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
EXPERIENTAL MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN KARTU SMARTFREN GSM DI
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 Juli 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



Dina Lusianti, SE., MM., AAK.

NIDN. 0630098401



Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.

NIDN. 0026065516

Mengetahui

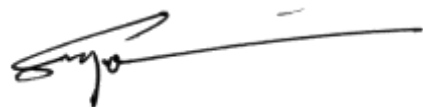
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM.

NIDN. 0618066201



Dr. Supriyono, SE. MM

NIDN. 0614037104

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya”.

(QS. Al-Baqoroh :45-46)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah”

(HR.Turmudzi)

“Kita berdoa kalau kesusahan dan membutuhkan sesuatu, mestinya kita juga berdoa dalam kegembiraan besar dan saat rezeki melimpah.”

-Kahlil Gibran

Ku persembahkan karya ini untuk :

1. Bapak dan ibuku yang selalu ku sayangi.
2. Seluruh keluarga besarku.
3. Sahabat seperjuanganku semuanya.
4. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Lingkungan Kerja, Kompensasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT. Starindo Jaya *Packaging* Pati”. Skripsi ini hadir untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM. AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Supriyono, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Kudus, 23 Juli 2019

Penulis,



HENI ASMAWATI

NIM. 201511029

ABSTRAKSI

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, EXPERIENTAL MARKETING, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU SMARTFREN GSM DI KABUPATEN KUDUS

HENI ASMAWATI

NIM. 201511029

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.
2. Dr. Supriyono, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek, kepercayaan merek, *experiental marketing* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu smartfren GSM di Kabupaten Kudus. Dalam penelitian ini diajukan empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu citra merek, kepercayaan merek, *experiental marketing* dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang didapat dari pelanggan kartu smartfren GSM di Kabupaten Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi pengaruh citra merek, kepercayaan merek, *experiental marketing* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan kartu smartfren GSM di Kabupaten Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, kepercayaan merek, *experiental marketing* dan kualitas produk secara parsial dan berganda terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu smartfren GSM di Kabupaten Kudus. Perusahaan perlu mempertahankan kepercayaan pelayanan yang baik kepada konsumen dan lebih menjaga integritas terhadap kepercayaan konsumen sesuai dengan yang disampaikan.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, *experiental marketing*, kualitas produk dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGES, BRAND TRUST, EXPERIENTIAL MARKETING, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY GSM SMARTFREN CARDS IN KUDUS DISTRICT

HENI ASMAWATI

NIM. 201511029

Guidance Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H, SH. S.Pd. MM.

2. Dr. Supriyono, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY PROGRAM

This study aims to analyze the influence of brand image, brand trust, experiential marketing and product quality on customer loyalty GSM smartfren cards in Kudus Regency. In this study four independent variables and one dependent variable were proposed, namely brand image, brand trust, experiential marketing and product quality as independent variables and customer loyalty as the dependent variable.

This research was conducted using a questionnaire method obtained from GSM smartfren card customers in Kudus Regency and analyzed by regression. The first stage tests the validity and reliability of questions for each variable. The second stage, regression of the influence of brand image, brand trust, experiential marketing and product quality on customer loyalty of GSM smartfren card customers in Kudus Regency.

The results showed that partial and multiple brand image, brand trust, experiential marketing and product quality variables proved to have a positive and significant effect on customer loyalty of GSM smartfren cards in Kudus Regency. Companies need to maintain trust in good service to consumers and better maintain integrity against consumer trust in accordance with what was delivered.

Keywords: brand image, brand trust, experiential marketing, product quality and customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Citra Merek.....	10
2.2. Kepercayaan Merek.....	13
2.3. Eksperimental Marketing	17

2.4. Kualitas Produk	21
2.5. Loyalitas Pelanggan	26
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.7. Hubungan antar Variabel.....	31
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.9. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Rancangan Penelitian	36
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3. Jenis dan Sumber Data	40
3.4. Populasi dan Sampel.....	41
3.5. Pengumpulan Data.....	43
3.6. Uji Instrumen.....	44
3.7. Metode Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.2. Penyajian Data	57
4.3. Analisis Data	66
4.4. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran-saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Operator GSM dan Produknya.....	3
Tabel 1.2. Jumlah Pelanggan Kartu Smartfren di Kudus Tahun 2014-2017.....	4
Tabel 1.3. Top Brand Simcard Di Indonesia.....	4
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 3.3. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk.....	58
Tabel 4.3. Frekuensi Variabel Citra Merek	59
Tabel 4.4. Frekuensi Variabel Kepercayaan Merek	60
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Experimental Marketing	61
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	62
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorof-Smirnov Test</i>	64
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolinieritas.....	65

Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Tabel 4.11. Hasil Analisis Regresi	67
Tabel 4.12. Hasil Analisis Parsial (signifikansi $\alpha = 0,5\%$ uji dua sisi)	68
Tabel 4.13. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$)	71
Tabel 4.11. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	73



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	35
Gambar 4.1. Logo PT Smartfren.....	55

